

Communiceren tegen de argwaan in

Mediatrainer Sander Wieringa: boodschap én beleving

Door Willem Pekelder

Zijn klanten variëren van ministeries en bestuurders tot grote concerns, maar zijn advies is steeds hetzelfde: Kom met je kernboodschappen, maar vergeet vooral je eigen beleving niet. Sander Wieringa van BdRP: 'Mark Rutte is een kei van een communicator.'

Na vijfentwintig jaar journalistiek maakte hij de overstap: communicatietraining. Sander Wieringa kende Bob de Ronde al. 'Hij zei: 'We moeten eens praten.' Twee maanden later nam ik zijn bureau over.' Wieringa is samen met zijn vrouw Astrid Widdershoven eigenaar/ directeur van BdRP, Bob de Ronde Partners. Ze houden kantoor aan huis, in een prachtige boerderij in Helvoirt. BdRP telt vijf trainers. Allen freelance en allen oud-journalist. Net als Wieringa.

Hij zucht. 'In 2000 was ik helemaal klaar met de journalistiek. Ik was hoofdredacteur/uitgever van FEM. We moesten, als onderdeel van een beursgeno-

teerde onderneming, elk jaar meer winst maken. Minstens vijftien procent erbij, vond bestuursvoorzitter Pierre Vinken. Ik was de hele dag bezig met geld verdienen. Onmogelijk. Veel verhalen over de zakenwereld vallen in de categorie onopwindend, doch belangrijk. Dat was niet genoeg. Om te scoren moesten artikelen worden opgepimpt. Van die school ben ik niet.'

Met gemengde gevoelens kijkt hij terug. 'Als hoofdredacteur van FEM werd ik geïnterviewd door Adformatie. Ik maakte een slip of the tongue en mijn uitgljier werd de kop. Leerzaam. Er zit iets kwaadaardigs in journalisten. Ze peuren net zo lang door tot ze op een

probleem stuiten. Het is de aard van het medium: men wil onthullen.'

Zoveel kritiek stemt deze interviewer tot bescheidenheid. Hij hoopt dat zijn eerstkomende kritische vraag zal verwaaien in het gebries van paarden op het Brabantse platteland rondom hem. Maar nee, de vraag is geheel verstaan en begrepen. 'Verraad?', herhaalt Wieringa (58) met nadruk. 'Je noemt het verraad om de journalistiek in te ruilen voor communicatie? Dat zou betekenen dat er een scherpe grens is tussen goed en kwaad en dat journalisten als Ridders van de Waarheid aan de goede kant staan en de rest van de mensheid als complotteurs aan de foute? Geloof je het zelf? Er zijn vele waarheden naast de journalistieke waarheid. De bottom line is dat je niet liegt.'

Middenstander

Hij werd geboren in Eindhoven, als zoon van een middenstander. 'Mijn ouders hadden fietsenwinkels. Zowel mijnheer Philips als zijn werknemers kwamen bij ons fietsen kopen. Door die variëteit in klanten heeft mijn vader me een heel specifiek klassenbewustzijn bijgebracht: alle mensen zijn gelijk.'

'Het ging bij ons thuis altijd over ondernemen, je eigen broek ophouden. Studeren was niet belangrijk, het ging erom wat je deed. Hoewel ik zelf wel gestudeerd heb, als enige van de vier kinderen, kijk ik ook nooit naar diploma's. Moest ik een journalist aannemen

Wie is Sander Wieringa?

Sander Wieringa (1953, Eindhoven) studeerde sociologie en economie aan de Universiteit van Tilburg en ging daarna aan de slag als wetenschapsvoorlichter aan diezelfde universiteit. Daarna werd hij journalist bij het Brabants Dagblad en vervolgens redacteur, adjunct-hoofdredacteur en hoofdredacteur van FEM (Financieel Economisch Magazine). Tegelijk was hij enkele jaren vice-voorzitter van de Nederlandse Vereniging van Journalisten.

Na FEM werd Wieringa hoofdredacteur van het visionaire managementblad NeXT! Hij schreef vier boeken over economie en management en interviewde daartoe vele captains of industry en opinion leaders. Vanuit die achtergrond schreef hij ook mee aan de AVRO-dramaserie 'Oud geld' en maakte hij vijf jaar lang managementprogramma's voor Teleac-NOT-televisie.

In 2001 werd hij zelfstandig publicist, onder meer voor het e-zine Inspiratienet.nl (een van de eerste weblogs) en freelance mediatrainer voor Bob de Ronde. In 2002 nam hij Bob de Ronde Partners (BdRP) over van de oprichter. Samen met zijn vrouw Astrid Widdershoven geeft hij leiding aan het bureau vanuit het Brabantse Helvoirt. Wieringa's nieuwste boek is getiteld: 'Praten en iets zeggen, de impact van woorden.'

bij Fem dan telde maar één ding: of hij of zij kon schrijven.'

Omdat hij al vroeg wist dat hij journalist wilde worden, ging hij sociologie studeren in Tilburg. 'Ik dacht: zowel sociologie als journalistiek gaat over de samenleving, dus daar zal ik later wel wat aan hebben. Nou, niet dus. Na mijn afstuderen heb ik al mijn boeken in een grote doos gestopt en er nooit meer naar om gekeken. 't Is eigenlijk een studie waar je niks aan hebt. Het is zelfs de vraag of het wel een wetenschap is.'

Hij lacht. 'Nou, laat ik het niet helemaal afkraken. Als socioloog leer je goed waarnemen en daardoor ontdekken waar het verhaal zit. Zoals een journalist, en zoals trouwens ook een communicatie-adviseur. Van Bob de Ronde heb ik geleerd dat je je klant zelf moet laten ontdekken wat zijn beste stijl van communiceren is, maar moedig hem wel altijd aan te spreken in kernboodschappen. Bob was de uitvinder van de kernboodschap in mondelinge communicatie, zoals hij als legendarisch sociaal-economisch redacteur van het NOS Journaal ook al zeer bondig wist te formuleren. 'Wat is hier aan de hand?', vroeg hij ooit, toen bij Enka een staking uitbrak.' Lachend: 'Dat is toch wel de Alpha- en Omega-vraag van de journalistiek.'

Beleving

'Bij Bob, helaas al weer een jaar overleden, ging het om de drietrapsraket 'kijk, want, dus': eerst de feiten, dan de verklaring en ten slotte de conclusie. Intussen werken we een beetje anders, waarbij de eigen beleving een veel grotere rol speelt. Mensen zijn boodschapmoe en horen liever een eigen ervaring dan het zoveelste feitenrelaas. Mark Rutte is daar goed in. Hij kijkt mensen aan, luistert en maakte grote zaken klein: 'Van de week sprak ik een mevrouw', en dan komt er weer wat. Een kei van een communicator.'

De minister-president voldoet volgens Wieringa aan de vier impactfactoren die iemand tot een kampioen-spreker maken. In zijn nieuwste boek 'Praten en iets zeggen' somt Wieringa die factoren op: praat met kennis van zaken, heb

een kernboodschap, wees geloofwaardig en ben innemend. 'Voor de hand liggend? Ik geef toe: het is geen hogere wiskunde, maar hoeveel mensen houden zich aan die punten? Rutte wel.' Maar met zijn gegoochel met getallen tijdens de Eurocrisis is Rutte toch flink het schip in gegaan? 'Ja, maar ook dat heeft hij uiteindelijk goed opgelost door toe te geven dat hij fout zat met die 109 miljard. Wat ik mijn klanten, variërend van ministeries en bestuurders tot instituten en grote concerns, in geval van crisis altijd vraag is: wat ga je toegeven? Het is zo belangrijk om dat te doen. Je reputatie zit namelijk niet bij jou, maar bij degene die hem jou toekent.'

Erken de crisis

GroenLinks en de PVV hebben dat, naar de smaak van Wieringa, te weinig in de gaten. Toen GroenLinks-Kamerlid Marijke Peters werd beschuldigd van belangenverstrengeling - als diplomate behandelde ze subsidieverzoeken van haar aanstaande geliefde - deed de partij er onverstandig aan de kwestie af te doen als privézaak, vindt hij. 'Ze hadden iets moeten zeggen in de trant van: 'We kunnen ons voorstellen dat dit beeld is ontstaan.' En, heel belangrijk: 'Wat we ervan hebben geleerd is dat je als ambtenaar niet voorzichtig genoeg kunt zijn.' Nu gaat het GroenLinks zetels kosten, dat is wel zeker.'

De PVV maakte dezelfde fout rond Anders Breivik, meent de BDRP-directeur. 'Wilders had kunnen toegeven dat hij veel in de geschriften van Breivik voorkomt en dan moeten concluderen dat er dus iets mis is gegaan, waarover hij goed zou gaan nadenken. Erken de crisis, dan neem je al de helft van de kritiek weg. Bedrijven zijn daar veel verder in. Als er iets aan een product schort, geven ze dat meteen in grote advertenties toe.'

Heeft het duikgedrag van politieke partijen misschien te maken met het algemene wantrouwen waarmee de overheid wordt bejegend? In een van zijn publicaties refereert Wieringa aan de Moerdijkbrand. De overheid zei voortdurend dat er geen gevaar was voor de volksgezondheid - wat klopte -

maar de Telegraaf, de Volkskrant en Matthijs van Nieuwkerk geloofden het niet. De NOS liet zelfs bodemonsters nemen en trok daaruit, volgens Wieringa, verkeerde, negatieve conclusies. 'Die argwaan is het eindstation van veertig jaar kritische journalistiek, waarin we aanhoudend te horen hebben gekregen dat het bedrijfsleven ons belazert en de overheid niet deugt.' Maar het is toch ook waar dat bij rampen, van Tsjernobyl tot Fukushima, de overheid vaak roept dat het wel meevalt? 'Natuurlijk gaan er dingen fout, maar er is ook een ander verhaal te vertellen. In de krant staat maar één procent van de werkelijkheid. De rest, negenennegentig procent dus, gaat goed en is geen nieuws.'

Wieringa noemt het een uitdaging om tegen de argwaan in te communiceren. 'Het is belangrijk om je in te leven in bezwaren van burgers. Ik werk veel voor energiemaatschappijen. Dan heb ik te maken met CO2-injecties in de bodem of de aanleg van windmolenparken. Je kunt natuurlijk een ingenieur voor een zaal met verontruste burgers neerzetten, die het met honderd slides allemaal keurig komt uitleggen, maar dat is niet meer voldoende. Kennis alleen wekt zelfs argwaan. Zo'n ingenieur zal zich moeten kunnen indenken dat zijn eigen moeder pal naast het windmolenpark woont dat hij wil bouwen. Als dat zijn uitgangspunt is, zal hij empathischer communiceren en zal hij veel meer van de zaal gedaan krijgen. Daar gaat het om: het moet je gegund worden. De NAM heeft het destijds heel verstandig aangepakt bij de winning van gas uit de Waddenzee. Gas winnen met de hand aan de kraan, was het motto, dat wil zeggen: zodra de bodem gaat dalen, beloven we dat we ophouden met de winning.'

PowNed

Een betrekkelijk nieuw fenomeen is wat Wieringa in zijn boek noemt de 'shock- en showjournalistiek.' 'BNN begon ermee in de jaren negentig, daarna kregen we CQC en nu hebben we Rutger Castricum van Powned. Die is natuurlijk helemaal niet uit op informatie, maar op sensatie. In zijn ogen zijn alle

politici leugenaars en bedriegers. Of die stijl je nu bevalt of niet - persoonlijk vind ik het een drama -, als politicus zul je ermee moeten dealen. Vluchten kan niet, daarvan ben ik overtuigd. Je kunt het aanpakken zoals Ella Vogelaar, en dat is natuurlijk vrij hopeloos, of zoals haar partijgenoot Mei Li Vos. Toen CQC haar vroeg of ze wel eens seks had gehad in de Tweede Kamer, gaf Mei Li Vos de enige juiste reactie: 'Wat een belachelijke vraag.' Metacommunicatie heet dat: niet op de vraag ingaan, maar haar becommentariëren. Castricum begint meestal goedaardig, alsof hij een beetje met je wil dollen. Doe dan maar mee, is mijn advies. Maar plotseling kan hij omslaan in kwaadaardigheid. Dan is het zaak om rustig te blijven, maar wel van je af te bijten, bijvoorbeeld zoals Mei Li Vos dat deed.'

Het valt hem op dat met name CDA'ers soms goed met overvallers omgaan. Een directe verklaring daarvoor heeft hij niet. 'Wim van de Camp was CDA-lijsttrekker voor de Europese verkiezingen en stond op een campagneposter afgebeeld op een motor. Castricum stelde daar wat lullige vragen over, maar Camp legde heel rustig uit dat hij graag motor rijdt en het campagne-technisch een goed idee was. Hij liet zich niet van de wijs brengen en vertelde gewoon een eerlijk verhaal.'

Ook de communicatie van CDA-minister Jan-Kees de Jager is goed, vindt Wieringa. 'Zoals hij de Eurocrisis behandelt. Alsof 'ie het zelf ook niet helemaal begrijpt, maar wel de ernst van de zaak onderkent. 'Ik denk dat het zo en zo in elkaar zit', zegt hij dan. Hij vertélt niet zozeer een boodschap, hij ís er één. Dat spreekt mensen aan. Het publiek houdt

niet van whizzkids zoals Wouter Bos, die soms de indruk wekte dat hij de enige was die begreep hoe het er in de financiële wereld aan toe ging. Ook al was hij dat.'

Misschien hebben CDA'ers géén media-training gehad, dat ze nog zo naturel reageren? 'Bij journalisten bestaan veel misverstanden over dergelijke trainingen. Het gaat er niet om vragen voortdurend te ontwijken of vaag te beantwoorden, nee, wat wij onze klanten leren is dat ze niet in de eerste plaats met een journalist zitten te praten, maar met hun doelgroep daaráchter. Een journalist hoeft écht geen antwoord op al zijn vragen, als hij maar een goed verhaal kan brengen. Of, zoals Kissinger een persconferentie begon: 'What are the questions to my answers?' Maar hij stuurde verslaggevers nooit met lege handen naar huis.'